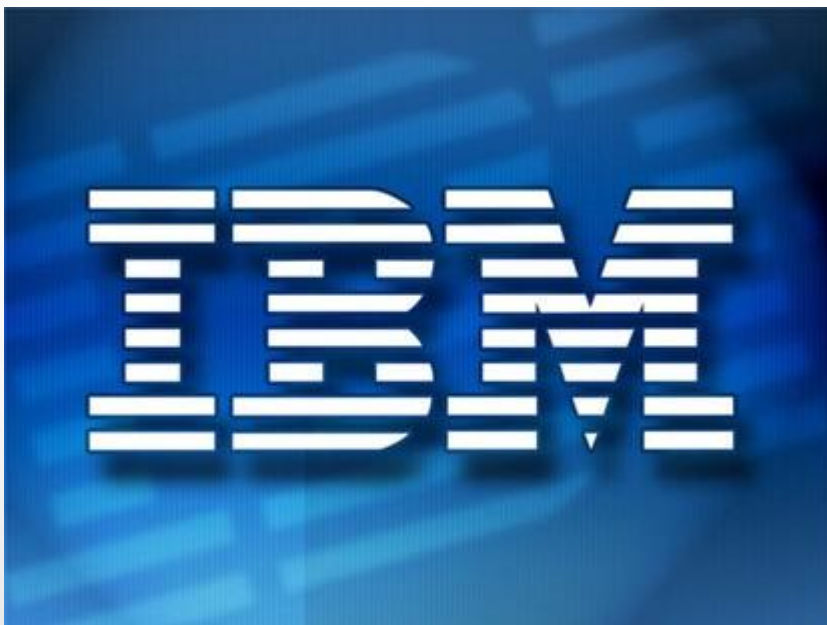


Теория бизнеса.

ЧТО ПРОИЗОШЛО С
ИЗВЕСТНЫМИ ФИРМАМИ В
80-90-ЫХ
ГОДАХ?



- IBM (International Business Machines) - один из крупнейших в мире производителей и поставщиков аппаратного и программного обеспечения, а также ИТ-сервисов и консалтинговых услуг.
- GM (General Motors) - крупнейшая американская автомобильная корпорация, до 2008 года на протяжении 77 лет крупнейший производитель автомобилей в мире.

- Автор проанализировал причины кризисов крупных корпораций.
- IBM: не могут определиться с тем, что им производить.
=>убытки в \$1 миллиард в 1990 и 1991 годах. А 1992 год поставил новый рекорд - \$8.1 миллиард убытков. Это был самый большой корпоративный годовой убыток за всю историю США.
- GM: компания начинает изготавливать автомобили, которые любому были бы по карману, забывая о том, что основная их направленность – минивены и небольшие грузовики.

- Автор делает соответствующие выводы:

Для «Дженерал Моторс» главной проблемой стала утрата понимания своего рынка, а для «ИБМ» – своего продукта, то есть компании не смогли адаптировать свою теорию бизнеса к современным условиям.

- Главной же разработкой Друкера стали три элемента, из которых состоит теория бизнеса.
- 1. Предположения об окружающей среде организации: общество и его структура, рынок, клиент, и технология.
 2. Второй – представление о специфической (особой) миссии организации.
 3. Третий элемент – представление о ключевых возможностях компании или стержневая компетенция (core competencies) – совокупность возможностей, определяющих конкурентные преимущества и необходимых для выполнения миссии организации.

Чтобы теория бизнеса была действенной,
следует учитывать четыре важных момента:

- 1. Предположения об окружающей среде, миссии, и основных компетентностях должны соответствовать действительности.
- 2. Предположения во всех трех областях должны соответствовать друг другу.
- 3. Все сотрудники организации должны знать и понимать ее теорию бизнеса.
- 4. Теория бизнеса должна постоянно проверяться.

Чтобы теория бизнеса работала, нужно производить **профилактику внутри организации**, т.е. разобраться почему и для кого;

- Поставить «**диагноз**», и как правило, чем раньше, тем лучше (понять все проблемы, которые есть в организации, с чем они связаны и т.д.)
- **Лечение**, а именно кардинальная смена пунктов теории, радикальные преобразования внутри организации.